

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan
Mama di Surabaya

(Study Kasus pada Konsumen Rumah Makan Mama di Dukuh-Kupang)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh
gelar sarjana Ilmu Administrasi Bisnis pada FISIP
UPN “Veteran” Jawa Timur



Oleh :

Qurrotul Aini
0842010036

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDY ILMU ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA

2012

Judul Penelitian : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPERNGARUHI
PRESTASI KERJA KARYAWAN BAGIAN CETAK
OFFSET PADA PT GUDANG GARAM DIREKTORAT
GRAFIKA DI SIDOARJO

Nama Mahasiswa : Qurrotul Aini

NPM : 0842010036

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Telah Diuji dan Diseminarkan pada tanggal : Jum'at 11 April 2011

Menyetujui,

Pembimbing Utama

TIM PENGUJI

Dra. Lia Nirawati, M. Si
NIP : 196009241993032001

1. Dra. Siti Ning Farida, M. Si
NIP : 196407291990032

2. R.Y. Rusdiyanto, S. Sos, M. Si
NIP : 372069500461

3. Susi Hariyawati, S. Sos, M. Si
NIP : 1964021519910320001

Mengetahui
Ketua Program Studi

Drs. Sadjudi, M. Si
NIP : 195202071973101001

Judul Penelitian : FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN MAMA DI SURABAYA

Nama Mahasiswa : Qurrotul Aini

NPM : 0842010036

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur”

Telah disetujui untuk mengikuti Seminar Proposal

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Tim Penguji :

1. Dra. Lia Nirawati, M.Si
196009241993032001

Dra. Siti Ning Farida M.Si
196407291990032001

2. Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
196805011994032001

3. Susi Hariyawati, S.Sos, M.Si
196402151991032001

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Dra. Lia Nirawati M.Si
196805011994032001

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah diberikan kepada penulis, sehingga penulisan skripsi dengan judul ” Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Mama di Surabaya ” ini dapat diselesaikan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan lancar serta tidak akan terwujud dengan baik tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Ibu Siti Ning Farida, Dra, MSi selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan, koreksi serta dorongan hingga terselesaikannya skripsi ini. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada :

1. Ibu Hj. Suparwati, Dra, M.Si. selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
Universitas Pembangunan Nasional “ Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Lia Nirawati, Dra, M.Si. selaku ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Siti Ning Farida, Dra, M.Si. selaku sekretaris Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak dan Ibu dosen maupun staf karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional ”Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.

5. Kedua orang tua dan saudara penulis yang memberikan dukungan baik moril maupun materil.
6. Saudara Fadillah Bibi selaku pemilik Rumah Makan Mama beserta segenap karyawan Rumah Makan Mama yang telah banyak membantu memberikan informasi dan kemudahan penulis di dalam melakukan penelitian.
7. Teman-teman dan semua pihak yang turut membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Menyadari banyaknya kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, maka penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak.

Surabaya, Maret 2012

Penulis

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN MAMA
DI SURABAYA
(Study Kasus pada Konsumen Rumah Makan Mama di Dukuh-Kupang)

Oleh :

Qurrotul Aini

0842010036

ABSTRAKSI

Restoran atau Rumah Makan merupakan salah satu usaha di bidang jasa, dimana bisnis ini kini membanjiri pasar, baik dalam jumlah maupun jenis makanan dan minuman serta hiburan yang ditawarkan, sehingga para pengusaha saling bersaing baik dalam meningkatkan kualitas produk yang dalam hal ini variasi menu makanan dan minuman, harga, fasilitas maupun pelayanan. Begitupun dengan apa yang dialami Restoran Rumah Makan Mama di Surabaya. Rumah Makan Mama haus selalu memperhatikan keinginan dan harapan konsumen, sehingga kepuasan konsumen dapat terpenuhi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam membeli produk di Rumah Makan Mama di Surabaya. Adapun variabel terikat (Y) adalah kepuasan konsumen dan variabel bebas (X) terdiri dari Menu, Harga, Fasilitas dan Pelayanan.

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung dan membeli produk pada Rumah Makan Mama di Surabaya. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 100 responden dengan teknik penarikan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Jenis data yang digunakan yaitu data primer dan pengumpulan datanya melalui penyebaran kuesioner, teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linier Berganda.

Berdasarkan hasil analisis terbukti bahwa secara simultan maupun parsial variabel Menu (X_1), Harga (X_2), Fasilitas (X_3), dan Pelayanan (X_4) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Rumah Makan Mama di Surabaya. Hal ini terbukti dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$, sehingga secara simultan berpengaruh. Secara parsial dapat dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ untuk variabel Menu (X_1), $t_{hitung} > t_{tabel}$ untuk variabel Harga (X_2), $t_{hitung} > t_{tabel}$ untuk variabel Fasilitas (X_3), dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ untuk variabel Pelayanan (X_4).

Kata Kunci : Menu, Harga, Fasilitas, Pelayanan, Kepuasan Konsumen

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAKSI.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Manajemen Pemasaran	8
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran.....	8
2.1.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	9

2.1.1.3 Tujuan Pemasaran	11
2.1.1.4 Strategi Pemasaran	11
2.1.2 Pemasaran Jasa	13
2.1.2.1 Pengertian Jasa	13
2.1.2.2 Ciri-Ciri Jasa	13
2.1.2.3 Macam-Macam Jasa	15
2.1.2.4 Sifat-Sifat Khusus Pemasaran Jasa.....	16
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	18
2.1.3.1 Pengertian Perilaku Konsumen	18
2.1.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	19
2.1.4 Keputusan Pembelian	22
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian	22
2.1.4.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	23
2.1.4.3 Perilaku Pembelian.....	27
2.1.5 Menu	29
2.1.6 Harga	30
2.1.6.1 Pengertian Harga.....	30
2.1.6.2 Sasaran Penetapan Harga.....	31
2.1.6.3 Tujuan Penetapan Harga.....	32
2.1.6.4 Metode Penetapan Harga	33
2.1.6.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga	34
2.1.7 Fasilitas.....	35
2.1.8 Pelayanan.....	37

2.1.8.1 Pengertian Pelayanan.....	37
2.1.8.2 Tujuan Pelayanan	38
2.1.8.3 Kebijakan Pelayanan	39
2.1.9 Kepuasan Konsumen.....	42
2.1.9.1 Pengertian Konsumen.....	42
2.1.9.2 Strategi Kepuasan Konsumen	43
2.1.9.3 Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	44
2.1.10 Memaksimalkan Kepuasan Konsumen	46
2.1.11 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Jasa	47
2.2 Kerangka Berpikir dan Hipotesis	50
2.2.1 Kerangka Berpikir.....	50
2.2.2 Hipotesis	53
BAB III METODE PENELITIAN.....	54
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	54
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	58
3.2.1 Populasi	58
3.2.2 Sampel.....	58
3.2.3 Teknik Penarikan Sampel.....	60
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	60
3.3.1 Jenis Data	61
3.3.2 Sumber Data	61
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data	61
3.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	61

3.4.1 Teknik Analisis Data.....	61
3.4.1.1 Asumsi Klasik.....	62
3.4.1.2 Uji Normalitas.....	65
3.4.1.3 Uji Validitas	65
3.4.1.4 Uji Reliabilitas	66
3.4.1.5 Teknik Analisis Regresi Linier Berganda.....	67
3.4.2 Uji Hipotesis.....	68
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	73
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	73
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	73
4.1.2 Lokasi Perusahaan	74
4.1.3 Stuktur Organisasi.....	74
4.2 Deskripsi Data Penelitian.....	76
4.2.1 Analisis Deskriptif Data Responden.....	77
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Berdasarkan Kuesioner	79
4.3 Uji Kualitas Data	85
4.3.1 Uji Validitas.....	85
4.3.2 Uji Reliabilitas	88
4.4 Uji Normalitas	89
4.5 Uji Asumsi Klasik	90
4.5.1 Uji Multikolonieritas.....	91
4.5.2 Uji Autokolerasi.....	92
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	93

4.6 Analisis Regresi dan Uji Hipotesis	95
4.6.1 Analisis Regresi Linier Berganda	95
4.6.2 Koefisien Determinasi dan Koefisien Korelasi	97
4.6.3 Uji f	98
4.6.4 Uji t	100
4.7 Pembahasan.....	106
4.7.1 Pembahasan Secara Simultan	106
4.7.2 Pembahasan Secara Parsial	107
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	110
5.1 Kesimpulan	110
5.2 Saran	111
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk dapat memberikan kepuasan kepada konsumennya, antara lain dengan cara mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen. Konsep ini sering disebut konsep pemasaran yang menitikberatkan pada kebutuhan konsumen dengan sebaik-baiknya sehingga barang atau jasa yang dihasilkan sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen.

Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut dapat tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan demikian, setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya. Melalui pemahaman perilaku konsumen, perusahaan dapat menyusun strategi yang tepat dalam rangka memanfaatkan peluang yang ada dan mengungguli para pesaingnya.

Usaha untuk mempertahankan pelanggan bukanlah hal yang mudah, sebab diperkirakan untuk mempertahankan satu pelanggan saja biayanya lebih mahal daripada mendapatkan satu pelanggan. Mempertahankan pelanggan bagi sebuah perusahaan merupakan satu prestasi tersendiri yang

mencerminkan kehandalan perusahaan tersebut dalam menjaga kualitas produk yang dihasilkan perusahaan baik barang atau jasa.

Salah satu usaha yang sekarang ini banyak diminati masyarakat yaitu usaha di bidang jasa, khususnya jasa waralaba yang salah satu bidang usahanya yaitu Restoran atau Rumah Makan. Citra Restoran atau Rumah Makan yang sudah terbentuk di mata masyarakat sebagai tempat yang enak dan santai untuk menikmati menu atau hidangan yang tersedia, hal ini membuat Restoran atau Rumah Makan menjadi tempat yang menyenangkan di dalam memuaskan kebutuhan untuk dapat menikmati hiburan sekaligus menikmati menu atau hidangan yang tersedia dengan suasana yang santai dan nyaman yang ditawarkan kepada konsumen, dimana mereka dapat menghabiskan waktu berkumpul bersama keluarga, teman atau relasi dalam suasana yang informal.

Restoran atau Rumah Makan merupakan salah satu usaha di bidang jasa, dimana bisnis ini kini membanjiri pasar, baik dalam jumlah maupun jenis makanan dan minuman serta hiburan yang ditawarkan, sehingga para pengusaha saling bersaing baik dalam meningkatkan kualitas produk yang dalam hal ini variasi menu makanan dan minuman, harga, fasilitas maupun pelayanan. Karena dengan menu yang bervariasi dengan harga yang terjangkau serta penyediaan fasilitas dan pelayanan yang baik diharapkan dapat memberikan suatu kepuasan pada konsumen. Dengan tercapainya kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen maka tujuan perusahaan dalam meningkatkan penjualan dapat terpenuhi.

Kepuasan konsumen adalah keadaan konsumen baik yang merasa puas maupun belum puas setelah tercapai keinginan dan harapan terhadap menu, harga, fasilitas dan pelayanan yang disediakan. Konsumen akan merasa puas apabila keinginan dan harapan yang diterima terpenuhi, sebaliknya konsumen akan merasa belum puas apabila keinginan dan harapan yang diterima belum terpenuhi. Jadi, rumah makan yang ingin unggul dalam menciptakan kepuasan konsumen harus dapat memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Menu makanan dan minuman yang disediakan harus dapat menimbulkan selera konsumen. Menyediakan berbagai macam menu makanan dan minuman yang dapat menimbulkan selera konsumen.

Di dalam menentukan harga harus selektif. Hal ini bertujuan untuk menarik minat konsumen untuk menikmati makanan dan minuman yang ditawarkan dengan harga terjangkau tanpa mengurangi cita rasa maupun mutu produk yang dihasilkan, sehingga diharapkan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen dan dapat mencapai kepuasan yang diinginkan.

Fasilitas harus berorientasi pada kebutuhan konsumen dan selera konsumen untuk menggunakan jasa yang ditawarkan, maka penyediaan fasilitas harus diperhatikan, dimana penyediaan fasilitas disesuaikan dengan kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen sehingga dapat mendorong konsumen untuk selalu melakukan pembelian. Dengan demikian perusahaan dapat menambah pelanggan baru yang pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan terhadap produk yang ditawarkan, sehingga perusahaan

mendapatkan laba yang sebesar-besarnya. Dalam usaha untuk memberikan keamanan dan kenyamanan kepada konsumennya.

Pelayanan merupakan layanan yang bersifat langsung dimana pihak perusahaan dapat memberikan layanan secara langsung kepada konsumen, sehingga mempermudah konsumen untuk melakukan pembelian. Apabila pelayanan yang diberikan baik maka konsumen akan merasa terpenuhi kebutuhan dan keinginan sesuai dengan harapan konsumen. Dalam usaha memuaskan konsumennya, rumah makan harus dapat memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap agar konsumen merasa diperhatikan dan tidak menunggu lama hidangan yang di pesan.

Meskipun perusahaan telah berusaha untuk memberikan kepuasan secara optimal kepada konsumennya, akan tetapi tingkat kepuasan masing-masing konsumen berbeda, sehingga untuk mengetahui seberapa jauh produk yang dihasilkan oleh perusahaan dapat diterima oleh konsumen itu sulit untuk mengetahuinya.

Pada awal berdiri sekitar tahun 2009 Rumah Makan Mama banyak dikunjungi konsumen yang berada di sekitar Dukuh Kupang Timur Surabaya khususnya para Mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma (UWK) karena tempat rumah makan tersebut sangat dekat dengan kampus UWK. Dengan waktu buka mulai pukul 10.00 hingga pukul 21.00, setiap hari rata-rata jumlah pengunjungnya mencapai 60 orang. Namun di dalam perjalanan usahanya pihak Rumah Makan Mama di hadapkan pada kendala atau permasalahan dimana hasil penjualannya mengalami penurunan yakni pada awal tahun

2010, hal ini disebabkan karena banyak usaha-usaha sejenis, maka dari itu Rumah Makan Mama mengambil tindakan dan langkah-langkah perbaikan yang tepat untuk dapat mempertahankan usahanya bahkan menambah jumlah pelanggannya, yaitu dengan cara memberikan menu makanan yang berciri khas masakan Mataram, meningkatkan kebersihan di lingkungan rumah makan, meningkatkan mutu pelayanan dan menjaga standart harga.

Setelah dilakukan perbaikan dan peningkatan pelayanan, maka dari 60 orang pelanggan rata-rata yang datang setiap hari diperkirakan yang datang lebih dari satu kali setiap bulan rata-rata 25 orang pelanggan. Dari 25 orang pelanggan yang datang lebih dari satu kali setiap bulan bisa dijadikan dasar sebagai rasa kepuasan seseorang yang sebagian besar pelanggan puas karena menu, harga, fasilitas dan pelayanan yang disediakan di Rumah Makan Mama.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka berikut ini akan diteliti lebih lanjut mengalami permasalahan yang dihadapi oleh Rumah Makan Mama di Surabaya dengan judul penelitian "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Mama di Surabaya".

1.2 Perumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan suatu masalah, yaitu sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh secara simultan menu, harga, fasilitas dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara pada Rumah Makan Mama di Surabaya?
2. Apakah terdapat pengaruh secara parsial menu, harga, fasilitas dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara pada Rumah Makan Mama di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui secara simultan pengaruh menu, harga, fasilitas dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Mama di Surabaya.
2. Untuk mengetahui secara parsial pengaruh menu, harga, fasilitas dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Mama di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian di Rumah Makan Mama antara lain sebagai berikut:

1. Secara Praktis

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan kajian sebagai masukan bagi divisi pemasaran dalam menjalankan tugasnya, sehingga dapat menjadikan perusahaan lebih maju. Selain itu juga sebagai

penambah wawasan perbaikan dan kesempurnaan dalam perkembangan dibidang usahanya.

2. Secara Teoritis

Kegiatan penelitian ini bermanfaat bagi mahasiswa untuk lebih mengenal dunia bisnis secara nyata dan untuk menambah pengetahuan tentang strategi pemasaran yang belum pernah didapat di bangku perkuliahan serta sebagai pembandingan antara teori matakuliah yang diterima dengan kenyataan yang ada dilapangan.